

Die „großen Vier“ mit Preiserhöhungen

Bei der regelmäßigen Auswertung der Topseller-Preise im Handel durch **IntelliCaT** gab es dieses Mal überwiegend Preiserhöhungen zu vermeiden. Dass der günstigste Gesamt-Warenkorb sich trotzdem teilweise verbilligte, liegt ausschließlich an den Preissenkungen für die Drucker.

Dank erheblicher Preissenkungen bei den beiden Druckern im Warenkorb ist der billigste Warenkorb dieses Mal erstmalig bei Printus zu erwerben. Als Vergleichsangebot wurde für diese Auswertung Google Shopping herangezogen – hier soll laut Eigenwerbung von Google dem Nutzer ermöglicht werden, Funktionen und Preise für gewünschte Produkte zu ermitteln und mit den Händlern in Kontakt zu treten. Nebenbei soll das Portal natürlich auch Einnahmen für Google generieren. Wie gut nutzbar ist Google Shopping für die Identifikation günstiger Einkaufsquellen beim Topseller-Sortiment? Die hier gezeigten Daten sind ein Auszug aus umfangreicheren Auswertungen, die IntelliCaT für Handels- und Industriekunden erstellt.

Erster Schritt jedes IntelliCaT-Topseller-Vergleichs ist die Überprüfung, ob die abgefragten Drucker noch gelistet sind oder ob es Nachfolge-Produkte gibt. Während der Brother „HL2250“-Duplex-Drucker noch überall lieferbar ist, musste beim Multifunktionsgerät auf das Modell HP „Officejet Pro 8100“ umgestiegen werden. Da der Laserdrucker seit Ende 2010, das HP-Modell seit Ende 2011 im Markt sind (überprüft wurde dies über die Listung bei Amazon), könnten gesunkene Preise erwartet werden. Vorgefunden wurden dies jedoch nur bei Printus, wo die Preise gegenüber dem Vorjahr um 20 bzw. 25 Prozent gesenkt wurden. Otto Office bietet den „Officejet Pro 8100“ rund 30 Euro günstiger an als im Vorjahr den „Officejet 8000“, ließ aber den Laserdrucker preislich unverändert. Bei Viking und Staples sind die Preise sogar höher als im Vorjahr, was



Claus Meister, der Autor dieses Artikels, führt mit seinem Unternehmen IntelliCaT unter anderem Preis- und Wettbewerbsanalysen in der PBS-Branche durch.

die Warenkörbe insgesamt verteuerte. Die Preisvorstellungen beider Firmen liegen für diese Produkte weit über den Marktpreisen.

Innerhalb des vergangenen Jahres wurden von allen abgefragten Anbietern bei der Mehrzahl der Topseller die Preise angehoben, teilweise im zweistelligen Prozentbereich. Beim Flaggsschiff-Artikel, dem „Leitz 1080“, ist man sich aktuell fast einig: 2,49 Euro ist das neue Maß der Dinge, ein Preis, dem sich Viking, Printus und Otto Office vorsichtig von unten annäherten, während Staples, wo man diesen Preis vor einem Jahr auswies, offensichtlich fünf Cent mehr nun für angemessen hält.

Detektivischer Spürsinn gefragt

Bedingt durch die preiswertesten Drucker, ist dieses Mal für den Referenz-Warenkorb erstmalig Printus der günstigste Anbieter. Die immer wieder erfolgreich gesuchte HP-Druckkassette mit Sondernummer und Sonderpreis war dieses Mal auch mit detektivischem Spürsinn nicht mehr auf der Website zu finden. Wer ein Schnäppchen machen will, muss nun zwei Kassetten kaufen. Die bisherige Sondernummer für Briefhüllen ist ebenfalls verschwunden,

es musste auf die etwas teurere Printus-Eigenmarke ausgewichen werden. Dafür kamen billigere Herlitz-Trennstreifen neu ins Angebot. Der Referenz-Warenkorb liegt bei Printus als einzigem Anbieter deutlich unter 400 Euro.

Wiederum auf Platz zwei befindet sich Otto Office. Auch hier wurde, bei unverändertem Sortiment, bei mehr als der Hälfte der Artikel der Preis erhöht. Traditionsgemäß bleibt Otto Office – auch dieses Mal – bei der Mehrzahl der Artikel Preisführer.

Nicht nur Erhöhungen, sondern auch Preissenkungen fand die Auswertung bei Viking – beim Kolleg-Block durch die Aufnahme einer Eigenmarke sowie bei den beiden HP-Verbrauchsmaterialien. Durch die teilweise drastischen Preiserhöhungen bei den anderen Produkten verteuerte sich der Warenkorb trotzdem um 13 Prozent, was dieses Mal nur Platz drei bedeutete.

Auch bei Staples fand die Auswertung nicht nur beim „Leitz 1080“, sondern auch bei der Mehrzahl der anderen Artikel Preiserhöhungen. Weiterhin wenig benutzerfreundlich ist die Suche nach alternativen Produkten, was dieses Mal wegen Nicht-Verfügbarkeit des bisher ausgewerteten Kopierpapiers durchgeführt werden musste. Eine Suche nach Kopierpapier über die

Produktkategorie führt zu (nur) 22 Treffern, die sich – wenig hilfreich – noch in Papier oder „Bürozubehör“ aufgliedern lassen, alternativ auch in Preiskategorien „unter 181 Euro“ bzw. „über 709 Euro“. Die Eingabe von „Kopierpapier A4“ in die Suchmaske ergibt dagegen schon 96 Treffer, verwunderlich trotz einschränkender Kriterien. Eine Lösung dieses Rätsels besteht darin, dass 43 dieser Papiere nicht in der Rubrik „Kopierpapier“, sondern in der Rubrik „Staples Papier“ gelistet sind. Gelegenheitskäufer dürften dadurch eher verwirrt werden. Sucht man nach „Kopierpapier A4 80 g“ wird als erster Treffer die bisher gekaufte Speedbox angezeigt, mit dem Hinweis „derzeit nicht lieferbar“. Nur über einen wieder anderen Suchweg findet man ein verfügbares Alternativangebot. Hier gibt es sicher noch Optimierungspotenzial.

Optimiert wurde dagegen die Erfassung bei Viking und Printus. Beide Firmen haben bei der Erfassungsmaske, über die bekannte Artikel mit ihrer Artikelnummer direkt bestellt werden können, im letzten Jahr investiert: nun wird unmittelbar nach Eingabe der Katalognummer der entsprechende Artikel mit Bild und Text angezeigt. Im Falle Printus erhält der Kunde zusätzlich eine Information über die Lieferfristen („Dienstag bei Ihnen“), bei Viking – sicher verkäuferisch noch motivierender – werden die Preisstaffeln angezeigt. So sehe ich als Kunde sofort, ob der korrekte Artikel erfasst wurde und kann bei langer Lieferzeit gegebenenfalls ein Alternativprodukt suchen oder bei Viking zum Erreichen der Staffel meine Bestellmenge erhöhen. Bei Otto Office und Staples kommt die Stunde der Wahrheit mit etwaigen Fehlermeldungen oder Anzeige eines falsch eingegebenen Produktes erst nach Erfassung der kompletten Bestellung und Druck auf den Knopf „in den Warenkorb übernehmen“.

Wenig Freude empfand der Autor beim Versuch, für den Referenz-Warenkorb hoffentlich günstigere Preise über Google Shopping zu ermitteln. Google Shopping ist derzeit in Deutschland noch ein für Händler kostenfreies Angebot. In USA ist

die Seite seit Oktober 2012 bereits vollständig kommerzialisiert, das heißt in der Suche werden nur noch Ergebnisse von Händlern angezeigt, die Google dafür bezahlen. In Deutschland ist diese Umstellung noch für Laufe des Jahres angekündigt. Weiterführende Information hierzu gibt es im Internet <http://bit.ly/13kDL8S>.

Stand heute sind in Deutschland auch Shops gelistet, die nicht an Google bezahlen, wobei – wie auch in der Google Standardsuche – bezahlte Einträge höher gelistet werden. Zukünftig soll die Positionierung der dann zu bezahlenden Einträge – laut Eigeninformation des Unternehmens auf Google Shopping – „aus einer Kombination aus Relevanz und Gebotspreis“ bestehen, wobei der genaue Algorithmus nicht offengelegt wird. Google Shopping richtet sich derzeit primär an den privaten Verbraucher, weshalb auch alle Preise mit Mehrwertsteuer ausgewiesen werden.

Zwar lassen sich für alle Artikel des Muster-Warenkorbes zahlreiche Angebote finden. Der Aufwand zum Auffinden des passenden Angebotes sowie des möglicherweise günstigsten Preises ist jedoch teilweise erheblich. Die Übersichtstabelle zeigt, wenig überraschend, dass in den Weiten des Netzes natürlich Angebote gefunden werden können, deren Preise selbst mit Mehrwertsteuer teilweise deutlich unter den Preisen der „großen Vier“ ohne Steuer liegen. Einschließlich Versandkosten käme der mit erheblichem Aufwand zusammengestellte Warenkorb, zu bestellen bei 17 verschiedenen Billig-Anbietern, allerdings schon auf 382 Euro netto, was nur noch minimal über dem günstigsten Warenkorb von Printus liegt. Google versucht die Versandkosten aufgrund der Standort-Information des Browsers, die eingeblendet wird, zu ermitteln. Wer empfindlich dahingehend ist, was Google

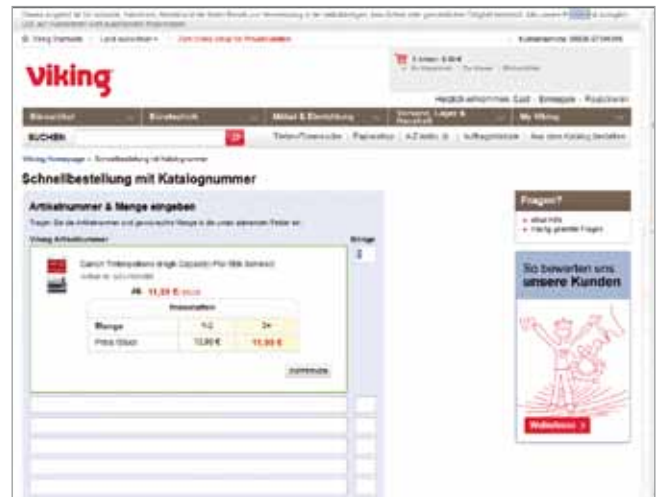
				Viking	Otto Office	Staples	Printus	google shopping	Differenz min-max	Differenz min-max
Pos.	Artikel	Hersteller	Menge	Preis Netto	Preis Netto	Preis Netto	Preis Netto	Preis Netto	Euro	%
1	Ordner Eigen A4, Wolken-marmor, schwarz, RB 80mm	OEM	1 Stück	1,39	1,73	1,49	1,25	0,83	0,48	38%
2	Ordner 180 Grad A4, Wolken-marmor, schwarz RB 80mm	Leitz		2,49	2,49	2,54	2,49	1,99	0,05	2%
3	Kollegblock DIN A4 kariert, 70g/cm	Neutral	10 Stück	9,99	9,90	14,90	14,50	7,39	5,00	51%
4	Locher mit Anschlag-schiene, 2,5 mm	Leitz	1 Stück	6,29	5,59	5,99	5,89	3,82	0,70	13%
5	Kopierpapier A4 80g 2500 Blatt weiß holzfrei	diverse/OEM	1 Karton oder 5 Pack	14,95	14,95	19,95	24,45	12,14	9,50	64%
6	Briefhülle DIN lang, mit Fenster, 75g/m2, selbstklebend	diverse	1000 Stück	14,99	13,49	14,99	12,99	11,83	2,00	15%
7	Trennstreifen, chamois, 10,5 x 24 cm 180g/m2 Karton	Neutral	1 Pack/100 St.	1,99	1,74	2,49	2,49	0,89	0,75	43%
8	Permanentmarker Edding 3000 schwarz	Edding	10er Pack alt. 10 Stück	10,90	10,90	11,99	11,90	10,92	1,09	10%
9	Textmarker BOSS Original	Stabilo	1 Stück	0,59	0,52	0,59	0,54	0,50	0,07	13%
10	Tintenschreiber Point 88 Etui mit 10 Farben	Stabilo	1 Etui	3,79	3,25	3,29	3,35	3,54	0,54	17%
11	Packband NOPI braun PP, 50mm*66m	Tesa	1 Stück	2,49	1,85	1,99	1,85	1,39	0,64	35%
12	Versandtasche, C4, ohne Fenster, braun, 90g/m2, selbstklebend	Neutral	250 Stück	17,49	11,99	17,99	13,99	7,03	6,00	50%
13	Tintenpatrone, HP Nr. 45 schwarz	HP	1 Stück	26,99	28,99	27,99	29,49	27,76	2,50	9%
14	Tintentank Canon PG15 schwarz	Canon	1 Stück	13,99	14,79	13,99	13,99	9,83	0,80	6%
15	Druckkassette HP Q2612A schwarz	HP	1 Stück	60,29	63,99	64,99	63,49	52,53	4,70	8%
16	Laserdrucker Brother HL-2250 DN	Brother	1 Stück	139,00	136,99	139,99	99,99	97,85	40,00	40%
17	Multifunktionsdrucker HP Officejet Pro 8100	Canon	1 Stück	127,00	85,99	124,99	89,99	80,59	41,01	48%
Preis des Warenkorbes März 2013 ohne Versandkosten				454,62	409,15	470,15	392,64	330,85		
Preis des Warenkorbes letzte Erhebung				401,95	435,40	461,37	427,10			
Veränderung insgesamt (nur gelistete Artikel)				13%	-6%	2%	-8%			

Erhebungszeitraum: 30.03.2013 von den Webseiten der jeweiligen Anbieter	(1)	(2)	(2)
(1) Google Shopping bei letzter Erhebung nicht ausgewertet, ohne Versandkosten (2) Differenz-Berechnungen ohne Berücksichtigung von Google Shopping			

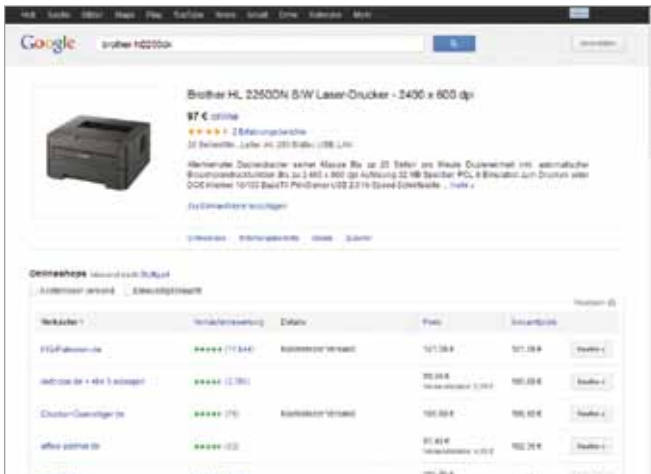
Außer bei Druckern gibt es fast überall Preiserhöhungen. Viel Mühe bereitet das Auffinden der billigen Angebote von Google Shopping.



Erhöhter Komfort bei der Bestellung nach Artikelnummern – Printus zeigt sofort die Artikel mit Verfügbarkeit.



Auch hier erhöhter Komfort bei der Bestellung nach Artikelnummern – Viking zeigt sofort die Artikel mit Preisstaffeln an.



Günstigste Preise, Produktdaten und Erfahrungsberichte auf Google Shopping, zukünftig aber nur noch für bezahlte Listungen.



Trotz Auswahl „nur Marke HP“ werden bei Google Shopping auch kompatible Produkte mit angezeigt.

schon heute über jeden Benutzer ermittelt, bekommt hier nochmals einen klaren Hinweis darauf, dass ein Einkauf über Google dem eigenen Profil noch viele weitere interessante Daten hinzufügt.

Wenig überraschend, ist mangels eindeutiger Suchbegriffe die Zuordnung von Artikeln bei Google Shopping noch weit von einer perfekten Lösung entfernt. Eine Suche nach dem Brother-Drucker mit Eingabe von „Brother HL2250DN“ findet 5580 Ergebnisse, viele davon aus dem Zubehörbereich. Über die zusätzliche Auswahl der Produktgruppe „Drucker und Kopierer“ wird das Zubehör eliminiert und es sind noch 395 Treffer vorhanden. Nur 137 Anbieter des Druckers kann Google vergleichend zusammenfassen. Den Rest, insbesondere auf der zweiten Seite, wird wohl kaum ein Nutzer weiter betrachten.

Bei den vergleichbaren Anbietern ist der prominent herausgestellte oberste Anbieter der teuerste auf der ersten Seite – ein klarer Hinweis auf die „Relevanz“ dieses Anbieters für Google. Durch Klick auf „Preis“ oder „Gesamtpreis“ kann die Anzeige allerdings umsortiert werden. Durch Klick auf „Kaufen“ wird direkt auf die entsprechende Produktseite des Shops weitergeleitet. In einzelnen Fällen entspricht der dort vorhandene Preis dann nicht dem Preis auf der Übersichtsseite, sondern stellte sich als niedrigster Stabelfpreis heraus. Eine clevere Möglichkeit, besser gelistet zu werden!

Äußerst mühsam war die Suche nach den Original-Patronen bzw. Tonern. Obwohl Google durch Auswahl der Marke „HP“ scheinbar die Möglichkeit anbietet, kompatible Produkte aus den Suchergeb-

nissen zu entfernen, funktioniert dies nicht, da in Wirklichkeit nur eine Suche nach dem Begriff „HP“ im Text stattfindet. Schreibe ich als Anbieter eines kompatiblen Produktes das Wort „HP“ in meinen Produkttext, bin ich weiterhin mit gelistet.

Das Fazit: Google wird sicher aufgrund der reinen Marktmacht des Suchmaschinen-Giganten auch mit der neuen kommerziellen Ausrichtung von Google Shopping ein wichtiger Spieler am Markt werden. In puncto Bedienerfreundlichkeit sind herkömmliche Preissuchmaschinen wie beispielsweise Idealo.de bisher noch deutlich effizienter. Für kleine Gewerbetreibende und Privatleute lohnt heute zumindest bei Büroprodukten die Suche nach Schnäppchen auf Google Shopping nach Meinung des Autors nicht.

www.intellicat.de